Government of Canada | Gouvernement du Canada

The Sports Equipment Market in the United Kingdom

March 1997

(Également disponible en français sous le titre, Le marché de l'équipement sportif au Royaume-Uni)

Prepared by the
Team Canada Market Research Centre
and the
Canadian Trade Commissioner Service

© Department of Foreign Affairs and International Trade
(FaxLink no. 38209)

Canada

100-03158/

Report prepared by the Team Canada Market Research Centre
Market Support Division (TCM)
Department of Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive, Ottawa K1A 0G2
Fax: (613) 943-1103
E-mail: research.center@dfait-maeci.gc.ca

The Team Canada Market Research Centre produces a wide range of market reports by region and sector for Canadian exporters. These reports are available from:

— the FaxLink Domestic service (613-944-4500); and
— DFAIT's InfoExport Internet site (http://www.infoexport.gc.ca).

The Government of Canada has prepared this report based on primary and secondary sources of information. Readers should take note that the Government of Canada does not guarantee the accuracy of any of the information contained in this report, nor does it necessarily endorse the organizations listed herein. Readers should independently verify the accuracy and reliability of the information.

THE SPORTS EQUIPMENT MARKET IN THE UNITED KINGDOM

Team Canada Inc • Équipe Canada inc

MARKET OVERVIEW

Over the last decade active participation in sport has grown spectacularly in the United Kingdom. The continuing trend towards increased leisure time and more health conscious lifestyles ensures that future demand will be robust. The role of fitness in health is being re-evaluated in the United Kingdom. Combined with a trend towards increased leisure time, this has caused a dramatic increase in participation in sports and recreation activities.

Imports of sports equipment to the United Kingdom account for nearly half of the total sporting goods market. The total consumer market for sporting goods in the United Kingdom totalled £ 2,695 million in 1994. Sports equipment accounted for £ 495 million (18.4%), sports clothing sales totalled £ 1,330 million (49.3%) and footwear sales was valued at £ 870 million (32.3%) of this market.

In 1995, consumer expenditure on sports equipment were:

- Golf - £ 200 million (37% market share),
- Fitness equipment - £ 150 million (28%),
- Outdoor equipment - £ 53 million (10%),
- Snooker/billiards/pool - £ 25 million (5%),
- Tennis - £ 28 million (5%),
- Darts - £ 20 million (4%),
- Badminton - £ 16 million (3%),
- Squash - £ 15 million (3%),
- Cricket - £ 12 million (2%),
- Soccer - £ 7 million (1%),
- Skiing - £ 7 million (1%), and
- Bowls - £ 7 million (1%).

Golf Equipment

Golf is the largest sports market because it combines a high participation rate (3.5 million adults) with a high degree of expensive personal equipment. Expenditure accounts for 38% of total consumer spending on the main sports. Worth £ 200 million in

1995, the golf market segments into clubs, balls, trolleys and accessories, each segment alone is worth more than £ 30 million.

Participation in golf has increased due to the ageing population, growth of an affluent early retired sector and the addition of many new golf courses.

Table 1. Sales of Golf Equipment by Type (1995) (£ m)

Equipment	Value	Golf Market Share
Clubs	80	40%
Balls	50	25%
Trolleys, carts, bags	40	20%
Accessories*	10	15%
Total	**200**	**100%**

*Including tees, place markers, scorecards, head covers

Source: Mintel Marketing Intelligence, May 1995

Fitness Equipment

In 1995, the fitness equipment market was valued at £ 150 million (28%) of the total consumer spending on sports equipment. This sum mainly applies to equipment bought for home use, and not to capital amounts spent by clubs and institutions. However, total consumer spending on health and fitness, including subscriptions to clubs, apparel and personal equipment, was valued at £ 625 million in 1995. Home gyms and exercisers have fallen in price to affordable levels and are taking over from rowing machines and exercise bicycles as the main home equipment.

Table 2. Sales of Fitness Equipment by Type (1995) (£ m)

Equipment	Value	Fitness Equipment Market Share
Exercise bicycles	40	27%
Home gyms/fitness systems	33	22%
Loose weights	27	18%
Rowing machines	20	13%
Treadmills and steppers	15	10%
Accessories*	15	10%
Total	**150**	**100%**

*Including steps and slides for aerobics, other mats, gloves, joggers (trampolines), punch-bags, ankle and wrist weights, miscellaneous exercisers.

Source: Mintel Marketing Intelligence, May 1995

Outdoor Sports Equipment

Equipment for outdoor sports is the next group, worth £ 53 million in 1995, or 10% of consumer spending in this sector. Equipment in this sector includes tents, rucksacks, sleeping bags and climbing equipment and includes activities such as rambling, hiking and hill-walking, mountaineering and rock climbing.

It is thought that environmental and health awareness among young people have contributed to the growth in this sector, but underlying expansion is also due to the higher numbers of middle-aged and pre-retirement participants. The active elderly are the traditional participants in rambling and hiking activities.

Other Sports

Other sports in terms of consumer spending on equipment are snooker and darts, the racket sports (tennis, badminton, squash), cricket, soccer (balls only), skiing and bowls.

Total sales of racket sports equipment were valued at £ 59 million in 1995:

- Tennis (£ 28 million),
- Badminton (£ 16 million), and
- Squash (£ 15 million).

Tennis and squash equipment are declining in real terms, while badminton sales have improved in recent years.

Snooker, billiards and pool are conventionally treated as a unified equipment market, however, in terms of participation, there are distinct differences. Billiards and American pool are basically institutional markets, centred on pubs and sports halls. In 1995, this market was valued at £ 25 million (4% of total consumer spending on sports equipment) and consumer purchasing generally focuses on cues and snooker tables.

Darts is a £ 20 million consumer market and participation also centres on pubs. Consumer spending on cricket equipment totalled £ 12 million in 1995 and although participation in this sport is fairly static, the market for equipment is competitive.

In the United Kingdom, ice hockey is almost totally absent from mainstream sporting activity and should not be considered a priority market for Canadian hockey equipment manufacturers. When the term "hockey" is applied in the United Kingdom it more than likely refers to "field hockey".

PRIVATE SECTOR CUSTOMERS AND CHANNELS OF DISTRIBUTION

Agents and sales representatives

The use of an agent, distributor or importer is a must for any Canadian firm seeking to sell into the UK domestic market. This is necessary in order to continually generate new business as well as to provide a closer liaison with end-users.

Direct sales

The usual channel of distribution within the professional market is through direct sales to health clubs or to local authorities. This is especially true for heavier types of gymnasium equipment since fitness clubs typically seek product and training support from the manufacturer.

Key factors determining purchase decisions

Small retailers compete directly with large chain and department stores which are able to remain competitive by selling a wide range of sports equipment due to their greater buying power. In response, individual retailers are now forming "buying groups," which help members to increase their sales potential by offering advice, and in some instances, training. The sporting goods industry recognizes "buying groups" as a permanent and growing force in the market.

In 1994, the main distribution channels for sports equipment in the United Kingdom were:

- Independent sports shops - £ 250 million (51% market share),
- Multiple sports shops - £ 75 million (15%),
- Department stores - £ 50 million (10%),
- Variety stores - £ 15 million (3%),
- Mail order - £ 45 million (9%), and
- Other outlets - £ 60 million (12%).

MARKET ACCESS CONSIDERATIONS

Import regulations

Rates of import duties applied to Canadian equipment vary depending upon the product. A 17.5% value-added tax (VAT) is also applied to the CIF-plus-duty value of imported goods.

Local standards, certificates or registrations needed

Canadian companies should ensure that their products comply with the EU's technical and safety standards. For further information, individual associations and the various standards institutes should be contacted for specific consumer protection or equipment safety regulations.

In particular, a EU Directive exists on Personal Protective Equipment, compliance with which is mandatory for applicable products sold anywhere in the EU. The Directive has potentially far-reaching implications for Canadian companies producing safety or protective sports equipment or clothing, and companies would be well advised to familiarize themselves with the broad details of the Directive. A booklet entitled *Personal Protective Equipment - Guidance Notes on the UK Regulations*, code URN 96/528, is available from the Department of Trade and Industry Publications Unit (refer to Publications).

The Canadian position

Canadian exporters will also have to contend with increased price competition from EU member nations which are taking advantage of the liberalized market to launch aggressive pan-EU marketing campaigns.

PROMOTIONAL VENUES

Table 3. Trade Shows

Event/Venue	Organizer
EUROGOLF National Exchange Centre, Birmingham, U.K. Annual	J. A. Tonge Ltd. East House, 15A East Street, Southport Lancashire PR9 ORD, UK Telephone: (44-1704) 500893 Facsimile: (44-1704) 500895
Sport & Leisure Scotland Scottish Exchange and Conference Centre, Glasgow, U.K., Annual	Scottish Industry and Trade Exh. Ltd. 10 Blenheim Place Edinburgh EH7 5JH, UK Telephone: (44-131) 556-5152 Facsimile: (44-131) 556-8896
Sports & Leisure Show - EXSL National Exchange Centre, Birmingham, U.K. Annual	Montgomery Exh. Ltd. 11 Manchester Square London W1M 5AB, UK Telephone: (44-171) 486-1951

Publications

Bodytalk
Health and Technical Publications
Communications House, 168 Church Road
Hove BN3 2DL, UK
Telephone: (44-1273) 207208

Fitness Magazine
Deltamere, 40 Bowling Green Lane
London EC1R 0NE, UK
Telephone: (44-171) 278-0333

Here's Health
Argus Health Publications Limited
Victory House, 14 Leicester Place
London WC2H, UK
Harpers Sports and Leisure
Unit 2, Mill Hill Industrial Estate
Flower Lane, London NW7 2HU, UK
Telephone: (44-181) 906-3599
Facsimile: (44-181) 906-4390

The Health Education Journal
Health Education Authority
Hamilton House, Mabledon Place
London WC1H 9TX, UK
Telephone: (44-171) 383-3833

Health Now
Seymour House, South Street
Godalming, Surrey GU7 1BZ, UK
Telephone: (44-1483) 426064

Journal of the Royal Society for the Promotion of Health
38a St George Drive
London SW1V 4BH, UK
Telephone: (44-171) 630-0121

Personal Protective Equipment - Guidance Notes on the UK Regulations
Department of Industry & Trade Publications Unit
151 Buckingham Palace Road
London SW1W 9SS, UK
Telephone: (44-171) 215-1770
Facsimile: (44-171) 215-4146

Sports Facilities Suppliers Guide
Compiled and Published by:
Sports Industries Ltd.
11 Abbey Business Centre
Ingate Place
London SW8 3NS, UK
Telephone: (44-171) 498-0177
Facsimile: (44-171) 498-9545

Sports and Fitness
Sports and Fitness Limited
75 South Western Road
Twickenham, Middlesex TW1 1LG, UK
Telephone: (44-181) 891-6596
Facsimile: (44-181) 892-0975

Sports and Leisure
The Sports Council
16 Upper Woburn Place
London WC1 0Q P, UK
Telephone: (44-171) 388-1277
Facsimile: (44-171) 383-5740

Sports and Leisure Equipment News
Peterson Publishing Company Limited
Peterson House, North Bank
Berryhill Industrial Estate, Droitwhich
Worcestershire WR9 9BL, UK
Telephone: (44-1905) 795564
Facsimile: (44-1905) 795905

Sports Retailing
Benn Publications Limited
PO Box 20, Sovereign Way
Tonbridge, Kent TN9 1RW, UK
Telephone: (44-1732) 364422

KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES

Industry and Professional Associations

Harpers Guide to the Sports Trade
Harpers Sports and Leisure
Unit 2, Mill Hill Industrial Estate
Flower Lane, London NW7 2HU, UK
Telephone: (44-181) 906-3599
Facsimile: (44-181) 906-4390

The Sports Council
16 Upper Woburn Place
London WC1H 0Q P, UK
Telephone: (44-171) 388-1277
Facsimile: (44-171) 383-5740

Health Education Council
Hamilton House, Mabledon Place
London WC1H 9TX, UK
Telephone: (44-171) 383-3833

Institute of Health Education
14 High Elm Road
Hale Barns, Cheshire WA15 0HS, UK
Telephone: (44-161) 980-8276

Royal Society for the Promotion of Health
38a St George Drive
London SW1V 4BH, UK
Telephone: (44-171) 630-0121

United Kingdom Government Contacts

British Standards Institution
Linford Wood, Milton Keynes MK14 6LE, UK
Telephone: (44-1908) 221166
Facsimile: (44-1908) 320856

H.M. Customs and Excise
King's Beam House, 22 Upper Ground,
London SE1 9PJ, UK
Facsimile: (44-171) 865-4944

Department of Trade and Industry
Publications Unit
151 Buckingham Palace Road
London SW1W 9SS, UK
Telephone: (44-171) 215-1770
Facsimile: (44-171) 215-4146

Canadian Financial Institutions

Bank of Montreal
11 Walbrook Street
London EC4N 8ED, UK
Telephone: (44-171) 236-3225
Facsimile: (44-171) 236-2655

Bank of Nova Scotia
Scotia House, 33 Finsbury Square
London EC2A 1BB, UK
Telephone: (44-171) 638-5644
Facsimile: (44-171) 638-8488

Canadian Imperial Bank of Commerce
Cottons Centre
London SEI 2Q L, UK
Telephone: (44-171) 234-6220
Facsimile: (44-171) 407-6456

National Bank of Canada
Princes House, 95 Gresham Street
London EC2V 7LU, UK
Telephone: (44-171) 726-6581
Facsimile: (44-171) 726-4265

Royal Bank of Canada
71 Q ueen Victoria Street
London EC4V 4DE, UK
Telephone: (44-171) 489-1188
Facsimile: (44-171) 329-6144

Toronto Dominion Bank
Triton Court, 14/18 Finsbury Square
London EC2A 1DB, UK
Telephone: (44-171) 920-0272
Facsimile: (44-171) 638-1042

Canadian Government Contacts

Canadian High Commission
Macdonald House
One Grosvenor Square
London W1X 0AB, UK
Telephone: (44-171) 258-6600
Facsimile: (44-171) 258-6384

Department of Foreign Affairs and International Trade
Market Intelligence Division (TBS)
125 Sussex Drive, Ottawa, ON K1A 0G2
Telephone: (613) 996-3535
Facsimile: (613) 943-8820

Department of Foreign Affairs and International Trade
Northern Europe Division (REN)
125 Sussex Drive, Ottawa, ON K1A 0G2
Telephone: (613) 995-9401
Facsimile: (613) 995-6319

Export Development Corporation
151 O'Connor Street, Ottawa, ON K2P 2L8
Telephone: (613) 598-2500

Gouvernement du Canada | Government of Canada

Le marché de l'équipement sportif au Royaume-Uni

mars 1997

(Also available in English under the title, The Sports Equipment Market in the United Kingdom)

Préparé par
le Centre des études de marché d'Équipe Canada
et
le Service canadien des délégués commerciaux

© Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
(FaxLink nº. 38209)

Canada

Rapport préparé par le Centre des études de marché d'Équipe Canada
Direction de l'appui aux marchés (TCM)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2
Télécopieur : (613) 943-1103
Courrier électronique : research.center@dfait-maeci.gc.ca

Le Centre des études de marché d'Équipe Canada produit une vaste gamme de rapports par région et par secteur à l'intention des exportateurs canadiens. Ces rapports sont disponibles sur:

— le FaxLink national (613-944-4500); et
— le site Internet InfoExport du MAECI (http://www.infoexport.gc.ca)

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Aussi ce dernier ne garantit-il aucunement l'exactitude des renseignements qu'il contient pas plus qu'il n'appuie les organisations dont le nom y figure. Il appartient donc aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des renseignements contenus dans le présent rapport.

LE MARCHÉ DE L'ÉQUIPEMENT SPORTIF AU ROYAUME-UNI

Équipe Canada inc - Team Canada Inc

APERÇU DU MARCHÉ

Ces dix dernières années, on a assisté à un essor spectaculaire de l'activité sportive au Royaume-Uni. Comme les Britanniques jouissent de plus en plus de temps libre et sont portés à adopter un mode de vie plus sain, on peut s'attendre à ce que la demande future soit vigoureuse. De plus, à l'heure actuelle, on réévalue au Royaume-Uni l'incidence du conditionnement physique sur la santé, ce qui a pour effet d'accroître d'une façon remarquable la participation aux sports et aux activités récréatives.

Les importations d'équipement sportif occupent près de la moitié de tout le marché britannique des articles de sport. Les dépenses de consommation au titre des articles de sport se sont chiffrées à 2 695 millions de livres sterling en 1994. L'équipement sportif a compté pour 495 millions de livres (18,4 %), les vêtements de sport, pour 1 330 millions (49,3 %) et les chaussures de sport, pour 870 millions (32,3 %).

En 1995, les dépenses de consommation en matière d'équipement sportif se sont réparties comme suit :

- Golf - 200 millions £ (37 % du marché)
- Conditionnement physique - 150 millions £ (28 %)
- Plein air - 53 millions £ (10 %)
- Snooker, billard européen et américain - 25 millions £ (5 %)
- Tennis - 28 millions £ (5 %)
- Fléchettes - 20 millions £ (4 %)
- Badminton - 16 millions £ (3 %)
- Squash - 15 millions £ (3 %)
- Cricket - 12 millions £ (2 %)

- Football - 7 millions £ (1 %)
- Ski - 7 millions £ (1 %)
- Boules - 7 millions £ (1 %)

Équipement de golf

Le golf occupe la première place sur le marché des sports car le taux élevé de participation (3,5 millions d'adultes) se conjugue à une forte consommation d'équipement personnel coûteux. Il compte pour 38 % des dépenses totales que les consommateurs britanniques affectent aux principaux sports. D'une valeur de 200 millions de livres sterling en 1995, le marché du golf comprend les bâtons, les balles, les chariots et les accessoires, chaque secteur valant plus de 30 millions de livres sterling.

La participation au golf a crû en raison du vieillissement de la population, de la croissance du segment de préretraités aisés et de l'aménagement de nombreux nouveaux terrains de golf.

Tableau 1. Ventes d'équipement de golf par type, 1995 (millions £)

Équipement	Valeur	Part du marché
Bâtons	80	40 %
Balles	50	25 %
Chariots, voiturettes, sacs	40	20 %
Accessoires*	10	15 %
Total	**200**	**100 %**

*Comprend les tés, les repères, les cartes de pointage et les capuchons.

Source: Mintel Marketing Intelligence, mai 1995

Équipement de conditionnement physique

En 1995, le marché de l'équipement de conditionnement physique était évalué à 150 millions de livres sterling, ce qui représente 28% des dépenses totales de consommation en matière d'équipement. Il s'agit là principalement de sommes affectées à l'achat d'équipement pour utilisation à domicile et non des dépenses en capital engagées par des clubs de conditionnement physique et des organismes sportifs. Cependant, les dépenses totales de consommation au titre de la santé et du conditionnement physique, dont les abonnements à des clubs, les vêtements et

l'équipement pour usage personnel, se chiffraient à 625 millions de livres en 1995. Les appareils multi-fonctions et les exerciseurs pour usage à domicile se vendent maintenant à des prix abordables et prennent le pas sur les machines à ramer et les vélos d'exercice comme principaux appareils de mise en forme à domicile.

Tableau 2. Ventes d'équipement de conditionnement physique par type, 1995 (millions de £)

Équipement	Valeur	Part du marché
Vélos d'exercice	40	27 %
Appareils multi-fonctions	33	22 %
Poids libres	27	18 %
Machines à ramer	20	13 %
Tapis roulants et marchepieds à résistance hydraulique	15	10 %
Accessoires*	15	10 %
Total	**150**	**100 %**

*Comprend les marchepieds ergonomiques et les exerciseurs à glissements latéraux, les matelas, les gants, les trampolines, les ballons de boxe, les poids pour chevilles et poignets, et autres exerciseurs.

Source: Mintel Marketing Intelligence, mai 1995

Équipement de sports de plein air

Le secteur de l'équipement de sports de plein air, troisième en importance, valait 53 millions de livres sterling en 1995, soit 10 % des dépenses totales de consommation dans ce marché. Les tentes, les sacs à dos, les sacs de couchage et le matériel d'alpinisme, font partie de ce secteur qui regroupe des activités telles que la ballade, la randonnée et la traversée de collines, l'alpinisme et l'escalade de rochers.

On pense que la sensibilisation des jeunes à l'environnement et au conditionnement physique a contribué à l'essor de ce secteur, lequel est également attribuable au nombre croissant de participants d'âge moyen et des préretraités. Classiquement, ce sont les personnes âgées qui pratiquent la ballade et la randonnée.

Autres sports

Quant aux autres sports à l'égard desquels les Britanniques dépensent pour s'équiper mentionnons le snooker et les fléchettes, la raquette (tennis, badminton, squash), le cricket, le football (balles seulement), le ski et les boules.

Les ventes totales en matière d'équipement de sports de raquette se sont chiffrées à 59 millions de livres sterling en 1995 et se répartissaient ainsi :

- tennis (28 millions de livres)
- badminton (16 millions de livres)
- squash (15 millions de livres)

Ces dernières années, les ventes d'équipement de tennis et de squash ont diminué en termes réels tandis qu'augmentaient les ventes d'équipement de badminton.

Le snooker, le billard européen et le billard américain ont toujours été considérés comme un marché global. Cependant, sur le plan de la participation, ils présentent des différences marquées. Les billard européen et américain constituent essentiellement des marchés institutionnels et sont surtout pratiqués dans les pubs et les centres sportifs. En 1995, ce marché valait 25 millions de livres sterling (4 % des dépenses totales de consommation en matière d'équipement sportif) et était principalement constitué de baguettes de billard et de tables de snooker.

Les jeux de fléchettes représentent un marché de 20 millions de livres sterling et on s'y adonne surtout dans les pubs. Les dépenses de consommation en matière d'équipement de cricket se sont chiffrées à 12 millions de livres en 1995 et, bien que la participation à ce sport soit relativement stationnaire, le marché de l'équipement est compétitif.

Au Royaume-Uni, le hockey sur glace est un sport extrêmement marginal et ne devrait pas être considéré comme un marché prioritaire par les fabricants canadiens. Le terme « hockey » utilisé au Royaume-Uni signifie le plus souvent « hockey sur gazon ».

CLIENTS DU SECTEUR PRIVÉ ET CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Circuits de distribution

Toute entreprise canadienne désireuse d'exporter sur le marché britannique doit absolument faire appel à un agent, un distributeur ou un importateur. Ce dernier pourra lui faire profiter de nouveaux débouchés et établira un lien plus étroit avec les utilisateurs finals.

Ventes directes

Cependant, le mode habituel de distribution dans le marché professionnel consiste à vendre directement aux centres de conditionnement physique ou aux autorités locales.

Cela vaut particulièrement dans le cas des appareils plus lourds de culture physique étant donné que les clubs sportifs se procurent généralement leurs produits et le matériel de formation auprès du fabricant.

Facteurs déterminant les décisions d'achat

Les petits détaillants font une concurrence directe aux grands magasins à succursales et à rayons mais ces derniers peuvent la soutenir car leur pouvoir d'achat leur permet d'offrir une grande variété d'équipements sportifs. Aussi les petits détaillants sont-ils en train de former des « groupes d'acheteurs » qui aident leurs membres à accroître leur potentiel de vente en offrant des conseils et, dans certains cas, de la formation. L'industrie des articles de sport considère que les « groupes d'acheteurs » sont une force du marché permanente de plus en plus marquée.

En 1994, les principaux circuits de distribution de l'équipement sportif au Royaume-Uni étaient les suivants :

- magasins indépendants d'articles de sport - 250 millions £ (51 % du marché)
- magasins d'articles de sport à succursales multiples - 75 millions £ (15 %)
- grands magasins - 50 millions £ (10 %)
- magasins à prix uniques - 15 millions £ (3 %)
- magasins de vente par correspondance - 45 millions £ (9 %)
- autres points de vente - 60 millions £ (12 %)

FACTEURS À CONSIDÉRER POUR ACCÉDER AU MARCHÉ

Règlements en matière d'importation

Les taux des droits à l'importation perçus sur l'équipement canadien varient selon le produit. Une taxe sur la valeur ajoutée (TVA) de 17,5 % est également appliquée à la valeur CAF-plus douane des produits importés.

Normes, certificats et enregistrements locaux requis

Les entreprises canadiennes doivent veiller à ce que leurs produits se conforment aux normes techniques et aux normes de sécurité de l'Union européenne. Pour plus de

renseignements, on communiquera avec les associations concernées et les divers organismes de normalisation pour s'informer des règlements en matière de protection du consommateur ou de la sécurité de l'équipement.

Il existe, en particulier, une directive de l'Union européenne sur les équipements de protection individuels à laquelle il faut obligatoirement se plier si on veut y vendre des produits de cette nature. Comme cette directive pourrait avoir de profondes implications pour les compagnies canadiennes produisant des équipements ou des vêtements de protection pour le sport, celles-ci auraient intérêt à se familiariser avec ses grandes lignes. Une brochure intitulée *Personal Protective Equipment - Guidance Notes on the UK Regulations*, code URN 96/528, est offerte par le service des publications du ministère britannique du Commerce et de l'Industrie (voir Publications).

La position du Canada

Les exportateurs canadiens devront faire face à une concurrence par les prix que leur livrent de plus en plus les pays membres de l'Union européenne désireux de tirer parti du marché libéralisé pour lancer des campagnes énergiques de commercialisation à l'échelle de l'Union.

ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Tableau 3. Foires commerciales

Event/Venue	Organizer
EUROGOLF National Exchange Centre, Birmingham, R.-U. Annuelle	J. A. Tonge Ltd. East House, 15A East Street, Southport Lancashire PR9 ORD, Royaume-Uni Téléphone : (44-1704) 500893 Télécopieur : (44-1704) 500895
Sport & Leisure Scotland Scottish Exchange and Conference Centre, Glasgow, R.-U. Annuelle	Scottish Industry and Trade Exh. Ltd. 10 Blenheim Place Edinburgh EH7 5JH, Royaume-Uni Téléphone : (44-131) 556-5152 Télécopieur : (44-131) 556-8896
Sports & Leisure Show - EXSL National Exchange Centre, Birmingham, R.-U. Annuelle	Montgomery Exh. Ltd. 11 Manchester Square Londres W1M 5AB, Royaume-Uni Téléphone : (44-171) 486-1951 Télécopieur : (44-171) 413-8240

Publications

Bodytalk
Health and Technical Publications
Communications House
168 Church Road
Hove BN3 2DL, Royaume-Uni
Téléphone : (44-1273) 207208

Fitness Magazine
Deltamere, 40 Bowling Green Lane
Londres EC1R 0NE, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 278-0333

Harpers Sports and Leisure
Unit 2, Mill Hill Industrial Estate
Flower Lane, Londres NW7 2HU, Royaume-Uni
Téléphone : (44-181) 906-3599
Télécopieur : (44-181) 906-4390

The Health Education Journal
Health Education Authority
Hamilton House, Mabledon Place
Londres WC1H 9TX, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 383-3833

Health Now
Seymour House, South Street
Godalming, Surrey GU7 1BZ, Royaume-Uni
Téléphone : (44-1483) 426064

Here's Health
Argus Health Publications Limited
Victory House, 14 Leicester Place
Londres WC2H, Royaume-Uni

Journal of the Royal Society for the Promotion of Health
38a St George Drive
Londres SW1V 4BH, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 630-0121

Personal Protective Equipment - Guidance Notes on the UK Regulations
Department of Industry & Trade Publications Unit
151 Buckingham Palace Road
Londres SW1W 9SS, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 215-1770
Télécopieur: (44-171) 215-4146

Sports Facilities Suppliers Guide
Compiled and Published by:
Sports Industries Ltd.
11 Abbey Business Centre
Ingate Place
Londres SW8 3NS, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 498-0177
Télécopieur: (44-171) 498-9545

Sports and Fitness
Sports and Fitness Limited
75 South Western Road
Twickenham
Middlesex TW1 1LG, Royaume-Uni
Téléphone : (44-181) 891-6596
Télécopieur : (44-181) 892-0975

Sports and Leisure
The Sports Council
16 Upper Woburn Place
Londres WC1 0QP, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 388-1277
Télécopieur : (44-171) 383-5740

Sports and Leisure Equipment News
Peterson Publishing Company Limited
Peterson House, North Bank
Berryhill Industrial Estate, Droitwhich
Worcestershire WR9 9BL,
Royaume-Uni
Téléphone : (44-1905) 795564
Télécopieur : (44-1905) 795905

Sports Retailing
Benn Publications Limited
PO Box 20, Sovereign Way
Tonbridge, Kent TN9 1RW,
Royaume-Uni
Téléphone : (44-1732) 364422

PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN

Associations sectorielles et professionnelles

Harpers Guide to the Sports Trade
Harpers Sports and Leisure
Unit 2, Mill Hill Industrial Estate
Flower Lane, Londres NW7 2HU, Royaume-Uni
Téléphone : (44-181) 906-3599
Télécopieur : (44-181) 906-4390

Health Education Council
Hamilton House, Mabledon Place
Londres WC1H 9TX, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 383-3833

Institute of Health Education
14 High Elm Road
Hale Barns, Cheshire WA15 0HS,
Royaume-Uni
Téléphone : (44-161) 980-8276

Royal Society for the Promotion of Health
38a St George Drive
Londres SW1V 4BH, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 630-0121

The Sports Council
16 Upper Woburn Place
Londres WC1H 0QP, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 388-1277
Télécopieur : (44-171) 383-5740

Contacts du gouvernement britannique

British Standards Institution
Linford Wood, Milton Keynes MK14 6LE,
Royaume-Uni
Téléphone : (44-1908) 221166
Télécopieur : (44-1908) 320856

H.M. Customs and Excise
King's Beam House, 22 Upper Ground,
Londres SE1 9PJ, Royaume-Uni
Télécopieur : (44-171) 865-4944

Department of Trade and Industry
Publications Unit
151 Buckingham Palace Road
London SW1W 9SS, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 215-1770
Télécopieur: (44-171) 215-4146

Institutions financières canadiennes

Banque de Montréal
11 Walbrook Street
Londres EC4N 8ED, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 236-3225
Télécopieur : (44-171) 236-2655

Banque de Nouvelle-Écosse
Scotia House, 33 Finsbury Square
Londres EC2A 1BB, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 638-5644
Télécopieur : (44-171) 638-8488

Banque canadienne impériale de commerce
Cottons Centre
Londres SEI 2QL, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 234-6220
Télécopieur : (44-171) 407-6456

Banque nationale du Canada
Princes House, 95 Gresham Street
Londres EC2V 7LU, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 726-6581
Télécopieur : (44-171) 726-4265

Banque royale du Canada
71 Queen Victoria Street
Londres EC4V 4DE, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 489-1188
Télécopieur : (44-171) 329-6144

Banque Toronto-Dominion
Triton Court, 14/18 Finsbury Square
Londres EC2A 1DB, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 920-0272
Télécopieur : (44-171) 638-1042

Contacts du gouvernement canadien

Haut-commissariat du Canada
Macdonald House
One Grosvenor Square
Londres W1X 0AB, Royaume-Uni
Téléphone : (44-171) 258-6600
Télécopieur : (44-171) 258-6384

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Division de l'Europe du Nord (REN)
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)
K1A 0G2
Téléphone : (613) 995-9401
Télécopieur : (613) 995-6319

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Direction des renseignements sur les marchés (TBS)
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)
K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-3535
Télécopieur : (613) 943-8820

Société pour l'expansion des exportations
151, rue O'Connor, Ottawa (Ontario) K2P 2L8
Téléphone : (613) 598-2500

APPRÉCIATION DU LECTEUR

Veuillez aider le Centre des études de marché d'Équipe Canada à produire des rapports qui répondent à vos besoins en remplissant le formulaire d'évaluation ci-joint et en nous le retournant par télécopieur, au (613) 943-1103. Merci de votre précieuse collaboration.

1. Comment avez-vous obtenu un exemplaire de ce rapport de marché?

G FaxLink de l'InfoCentre
G Service de rens. de l'InfoCentre
G Bureau régional du gouvernement
G Site www du gouvernement
G Autre : _____

2. Comment décririez-vous le présent rapport de marché?

	Tout à fait d'accord	d'accord	Pas d'opinion	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Utile	G	G	G	G	G
Complet	G	G	G	G	G
Bien présenté	G	G	G	G	G
Bien rédigé	G	G	G	G	G
Longueur idéale	G	G	G	G	G

3. Sous quelle forme préférez-vous recevoir ces rapports?

G Imprimé
G Version électronique

4. En se fondant sur les renseignements contenus dans le présent rapport, quelles mesures particulières votre entreprise prévoit-elle de prendre en ce qui concerne ce marché? Cochez toutes les rubriques qui s'appliquent.

G Chercher un agent/distributeur
G Visiter le marché
G Faire plus de recherche
G Autre : _____
GContacter un bureau commercial du Canada à l'étranger
GParticiper à un salon commercial à l'étranger
GRien

5. Quels autres rapports de marché seraient utiles à votre entreprise? Veuillez énumérer les produits et les pays sur lesquels vous aimeriez qu'ils portent. _____
_____
_____

6. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre organisation? Cochez une case seulement.

G Fabrication/transformation
G Maison de commerce
G Fournisseur de services d'exportation
G Association industrielle/commerciale
G Organisme gouvernemental
G Étudiant/université
G Consultant
G Autre : _____

7. Quel était le chiffre d'affaires de votre organisation l'an dernier, en dollars canadiens?

G Moins de 10 millions
G Plus de 50 millions
G De 10 millions à 50 millions
G Sans objet

Autres commentaires/suggestions : _____
_____
_____
_____
_____

FACULTATIF — Nom de votre organisation : _____